INTRODUCCIÓN

Esta investigación está compuesta por cuatro capítulos en donde se expondrá el comportamiento del té en el mercado internacional y como es que nuestro país participa del mismo, se mostrará como un producto culturalmente importante tiene efectos en el mercado, que es lo que determina el consumo de este producto, quienes lo consumen y porque razones lo hacen, esta investigación no solo mostrará el comportamiento de un producto en el mercado, esta investigación pretende adentrase en la cultura del té para poder explicar el comportamiento de este manjar en el mercado.

En el capitulo primero se mostrará la historia del te sus orígenes, las propiedades que envuelven a este producto y variedades que encontramos alrededor del mundo y cuáles son los estándares de calidad del mismo, de esta forma tendremos un primer acercamiento a la fascinante cultura del té.

En el capitulo dos cultura del té se expondrá como es que este producto ha influido en la cultura oriental, como ha formado parte de esta por siglos, como es que el té forma parte de la vida en oriente, y como es que se ha abierto camino en el occidente cada día crecen los consumidores de este producto seduciendo un mercado por sus propiedades y su sabor. En el siguiente capítulo mercado del té en el mundo se dará una visión general del té como un producto en el mercado, como es que se comporta en cuanto a precios, empresas que dominan el mercado, países consumidores, países productores y por supuesto se mostrará el flujo de este producto en el mercado internacional.

Por último en el capítulo cuarto mercado del té en México nos enfocaremos en mostrar la participación de nuestro país en este mercado, que tanto consume nuestro país, quienes son los consumidores, que tipos de té demandan.

Por el contexto cultural del té en México en esta investigación nos referiremos con el nombre de té a todas aquellas infusiones preparadas con plantas, flores, frutos, raíces etc.